

服もコスメもコロナ禍で要らない、なんてことはない！

不要不急のお買い物は、生活の幸福度を上げる！

女性たちが抱えるこんな「実は…」を調査して、世の中を明るくするプロジェクト「Mood Booster」をI&S BBDO×宝島社が始動！

株式会社I&S BBDO（本社：東京都中央区、代表取締役：永井祥裕）は、株式会社宝島社（本社：東京都千代田区、代表取締役：蓮見 清一）と共同で、調査プロジェクト「Mood Booster」を立ち上げました。なんとなく思われてはいるのに声になっていない女性の価値観を発掘・発信して、世の中のムードをもっと明るい方へ後押し（Boost）する、という目的が名前の由来です。調査対象は、先駆的な宝島社の雑誌の10-60代女性読者。情報感度の高い彼女たちの価値観を、外資系広告代理店I&S BBDOのマーケティングコミュニケーション知見から生まれる柔軟な視点で掘り起こすことで、独自の発見が可能です。

**Mood
Booster**

次のムードを見つけよう。

<https://tjad.takarajimasha.tkj.jp/mb/>

Mood Booster始動に伴う初回テーマとして、今回「**不要不急の消費と女性の幸福度の関係性**」を調査しました。コロナ禍で外出自粛がスタンダードになり、旅行や外食など消費行動の多くは「不要不急」と制限されるようになった昨今。その中で、「買い物」に対しても「必需品さえあればいい」という世の流れに、女性が何を感じているのかを尋ねました。結果、不要不急のお買い物が制限されていることは、女性の幸福度を下げているひとつの要素と言えることがわかりました。

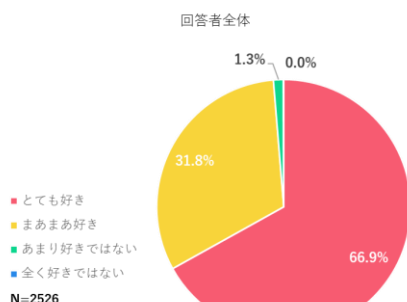
調査結果：不要不急のお買い物は女性を幸せにする！！

1. コロナ禍になって、女性は大好きな買い物が以前のようにできていない！
2. 買い物が制限されていることが、幸福感低下に影響している？
3. 買い物するなら、実店舗が幸せ？

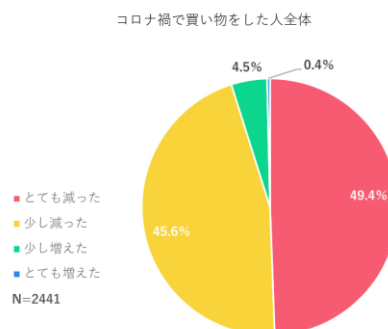
1. コロナ禍になって、女性は大好きな買い物が以前のようにできていない！

全体で98.7%の女性が「買い物が好き」と回答。また、ほとんどの人がコロナ禍になってからも何かしら不要不急のお買い物をしていました。とはいえ、その中の95%が「コロナ禍で買い物の頻度が減った」と回答。外出が思うようにできなくなり、以前のような買い物活動が制限されていることがわかりました。

Q. お買い物は好きですか？（ひとつだけ）



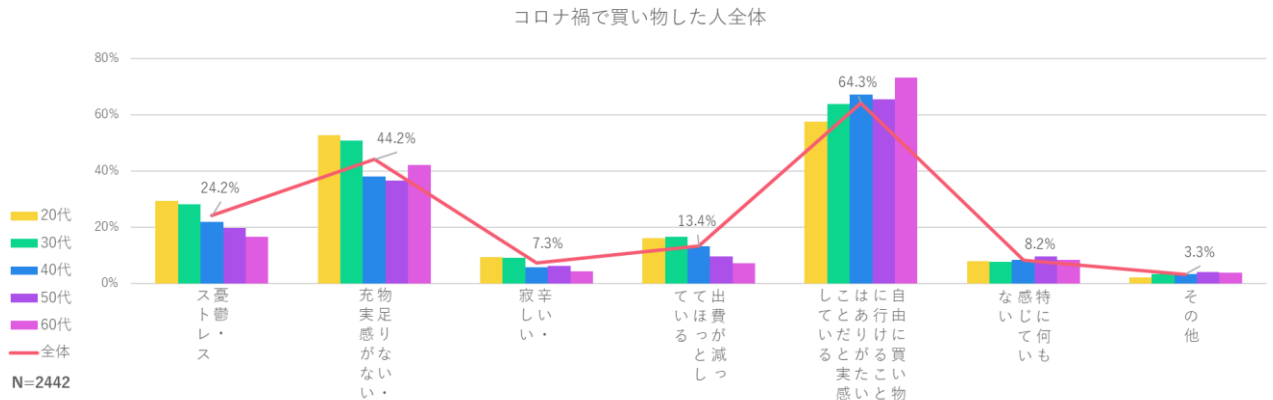
Q. コロナ禍の前と今で、「実店舗での不要不急のお買い物」の頻度はどう変わりましたか？（ひとつだけ）



2. 買い物が制限されていることが、幸福感低下に影響している？

不要不急の買い物が制限される生活に対し、「物足りない・充実感がない」と感じている女性は44.2%、「憂鬱・ストレス」とより強い不満を持つ人は24.2%存在しました。この傾向は特に、20代、30代で強いようです。必需品ではないモノを買うことは、生活を彩る行為のひとつであり、それが減ってしまったことは、女性の幸福感の低下につながっていると言えます。

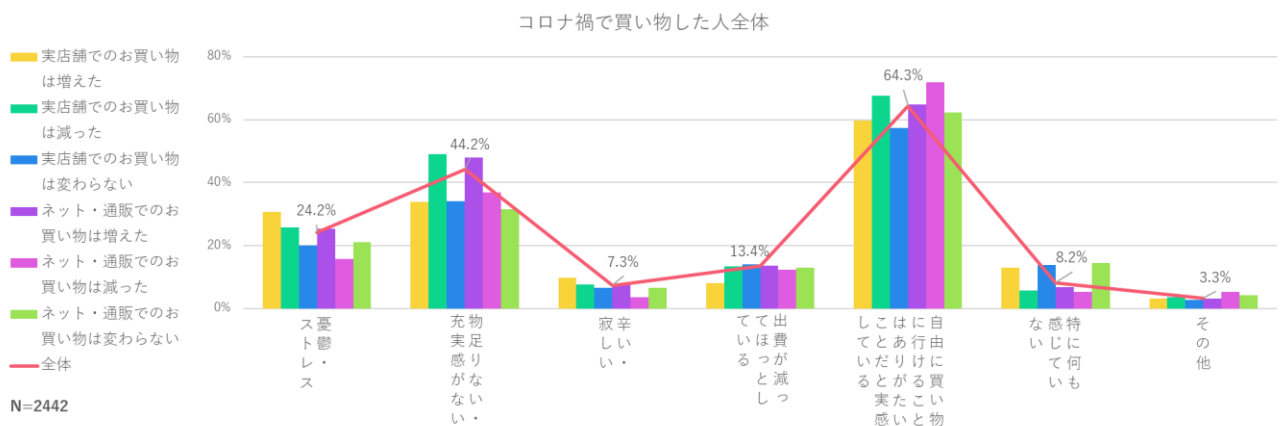
Q. コロナ禍の外出自粛ムードのなかで、「実店舗での不要不急のお買い物」も制限されていると思いますが、どんな気持ちですか？（いくつでも）



3. 買い物するなら、実店舗が幸せ？

コロナ禍における不要不急の買い物の頻度の減少に伴い、買い物の場所にも変化があった人が多くいました。最も多かったのは実店舗が減った人、ネット・通販が増えた人で、コロナ禍でリアルな買い物が制限されて「物足りない・充実感がない」との回答が他より10ポイント以上高く見られました。一方、コロナ禍に関わらず実店舗が増えた人は、「憂鬱・ストレス」という回答が他より5-10ポイント高く、実店舗へのこだわりが強いと推察される人はより強い不満を抱えている傾向が伺えます。コロナ禍でオンラインショッピングの流れが急加速しましたが、実店舗で買い物をすることには特別な満足感があるようです。

Q. コロナ禍の外出自粛ムードのなかで、「実店舗での不要不急のお買い物」も制限されていると思いますが、どんな気持ちですか？（いくつでも）



不要不急のお買い物は女性を幸せにする！！

今回の調査で、コロナ禍の今だからこそリアルで買い物を思いっきり楽しむことは、女性の人生を充実させてくれる一つの要素だと言えることがわかりました。

「自粛」「不要不急」は引き続き社会の合言葉ですが、その「不要不急のお買い物」の中に幸せに生きるヒントがあるのではないかと、Mood Boosterは考えます。

Mood Boosterは、企業・団体様のマーケティング/コミュニケーション活動を、Mood Boosterだからこそ発見できる女性のインサイトを提供することでサポートさせていただきます。本調査の詳細及びプロジェクトへのお問合せは、I&S BBDO広報までご連絡ください。

調査概要

調査目的：不要不急の消費と女性の幸福度の関係性調査

調査手法：インターネット調査（メールマガジンで配信）

調査期間：2021年3月9日～3月11日

調査対象：全国の宝島社雑誌の女性読者

回答者数：2526名（20代 543名・30代 600名・40代 600名・50代 600名・60代183名）

Mood Booster概要

I&S BBDOのクリエイティブグループとプランニンググループの社員が、株式会社宝島社の広告局の社員と立ち上げた調査プロジェクト。宝島社の、雑誌出版のリーディングカンパニーとして、常に新しいライフスタイルや価値観を提案してきた感度の高さ。そして、外資系広告代理店I&S BBDOのマーケティングコミュニケーション知見から生まれる視点の柔軟さ。この二つの武器によって、女性の隠れた価値観を独自の切り口で掘り起こすことで、企業・団体様のマーケティング/コミュニケーション戦略・施策策定や、商品開発・改良のサポートをさせていただきます。

サイトURL：<https://tjad.takarajimasha.tki.jp/mb/>

<I&S BBDOプロジェクトメンバー>

クリエイティブグループ：

松井亘平

山本優果

櫻井ゆう

プランニンググループ：

富田浩一郎

辻本亜弥

日下部匠

佐々木大補

<株式会社 I&S BBDO 会社概要>

代表者： 代表取締役 永井祥裕

設立： 1947年6月5日

所在地： 〒104-6038 東京都中央区晴海 1-8-10 晴海トリトンスクエア X

TEL： 03-6221-8585

URL：<https://www.isbbdo.co.jp>

<本件についてのお問い合わせ>

株式会社I&S BBDO 広報担当 竹原克郎

TEL：03-6221-8700 Email：prdiv@isbbdo.co.jp